



PT. RADJA INTERCONTINENTAL
PUBLISHING

EVALUASI EFEKTIFITAS PEMBIAYAAN MURABAHAH DALAM Mendukung PERTUMBUHAN USAHA MIKRO DAN KECIL: KASUS PADA LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH



Dr. M. Syafii, S.E., S.Pd., M.Si
Dr. Syech Suhaimi, S.E., M.Si



PT. RADJA INTERCONTINENTAL
PUBLISHING

EVALUASI EFEKTIFITAS PEMBIAYAAN MURABAHAH DALAM Mendukung PERTUMBUHAN USAHA MIKRO DAN KECIL: KASUS PADA LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH



Dr. M. Syafii, S.E., S.Pd., M.Si
Dr. Syech Suhaimi, S.E., M.Si

UU No 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta

Fungsi dan sifat hak cipta Pasal 4

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

Pembatasan Pelindungan Pasal 26

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

1. Penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
2. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan Karya Ilmiah ilmu pengetahuan;
3. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan Fonogram yang telah dilakukan Pengumuman sebagai bahan ajar; dan
4. Penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun

**EVALUASI EFEKTIFITAS PEMBIAYAAN
MURABAHAH DALAM MENDUKUNG
PERTUMBUHAN USAHA MIKRO DAN KECIL:
KASUS PADA LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH**

Penulis

Dr. M. Syafii, S.E., S.Pd., M.Si

Dr. Syech Suhaimi, S.E., M.Si

Penerbit

PT. Radja Intercontinental Publishing



**EVALUASI EFEKTIFITAS PEMBIAYAAN
MURABAHAH DALAM MENDUKUNG
PERTUMBUHAN USAHA MIKRO DAN KECIL:
KASUS PADA LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH**

Diterbitkan oleh:
PT. Radja Intercontinental Publishing

**PENERBIT PT. RADJA INTERCONTINENTAL
PUBLISHING**
(Grup Publikasi RADJA PUBLIKA)

SERTIFIKAT IKAPI



No.032/DIA/2023

Alamat Redaksi:
Jl. Cempaka Putih, Sp. Tiga Blang Rayeuk, Dsn. Angsana,
Kota Lhokseumawe
Telp. 081269223511

Email:
pt.radja.intercontinental.publis@gmail.com

Isi diluar tanggung jawab percetakan
Hak Cipta Dilindungi Undang-undang Dilarang
memperbanyak karya tulis dalam bentuk dan dengan
cara apapun, tanpa ijin tertulis dari penerbit

**EVALUASI EFEKTIFITAS PEMBIAYAAN
MURABAHAH DALAM MENDUKUNG
PERTUMBUHAN USAHA MIKRO DAN KECIL:
KASUS PADA LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH**

E- ISBN :
978-623-88895-8-7

Penulis :
Dr. M. Syafii, S.E., S.Pd., M.Si
Dr. Syech Suhaimi, S.E., M.Si

Editor :
Muhammad Multazam, S.E., M.S.M., CPRM

Penyunting :
Rahmat Idhami, S.Tr.t

Desain sampul dan tata letak:
Rahmat Idhami, S.Tr.t
(Sumber Gambar: Freepik.com)

Tanggal Terbit:
April 2024

Jumlah Halaman :
80

Penerbit:



**PT. Radja Intercontinental
Publishing**

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT dengan berkat dan rahmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan Buku ini. Shalawat dan salam kita sanjungkan kepangkuan Nabi Besar Muhammad SAW, yang telah membawa kita dari alam jahiliyah yang penuh dengan kebodohan ke alam yang berilmu pengetahuan seperti yang kita rasakan pada saat ini.

Buku ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana efektivitas pembiayaan murabahah dalam mendukung upaya pertumbuhan ekonomi mikro dan keberlangsungan usaha mikro, untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi keberhasilan penyalurnya pembiayaan murabahah dalam rangka memajukan usaha mikro, serta untuk menganalisis apa saja hambatan dan tantangan yang dihadapi oleh lembaga keuangan syariah dalam memberikan pembiayaan Murabahah kepada usaha mikro dan kecil.

Dalam Penulisan buku ini, Penulis menyadari bahwa masih jauh dari kesempurnaan baik isi maupun penyajiannya. Untuk itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun bagi penulis. Akhirnya atas segala bantuan yang telah penulis terima, semoga mendapat balasan dari Allah SWT, dan penulis berharap Buku ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya bagi pembaca pada umumnya.

Lhokseumawe, April 2024

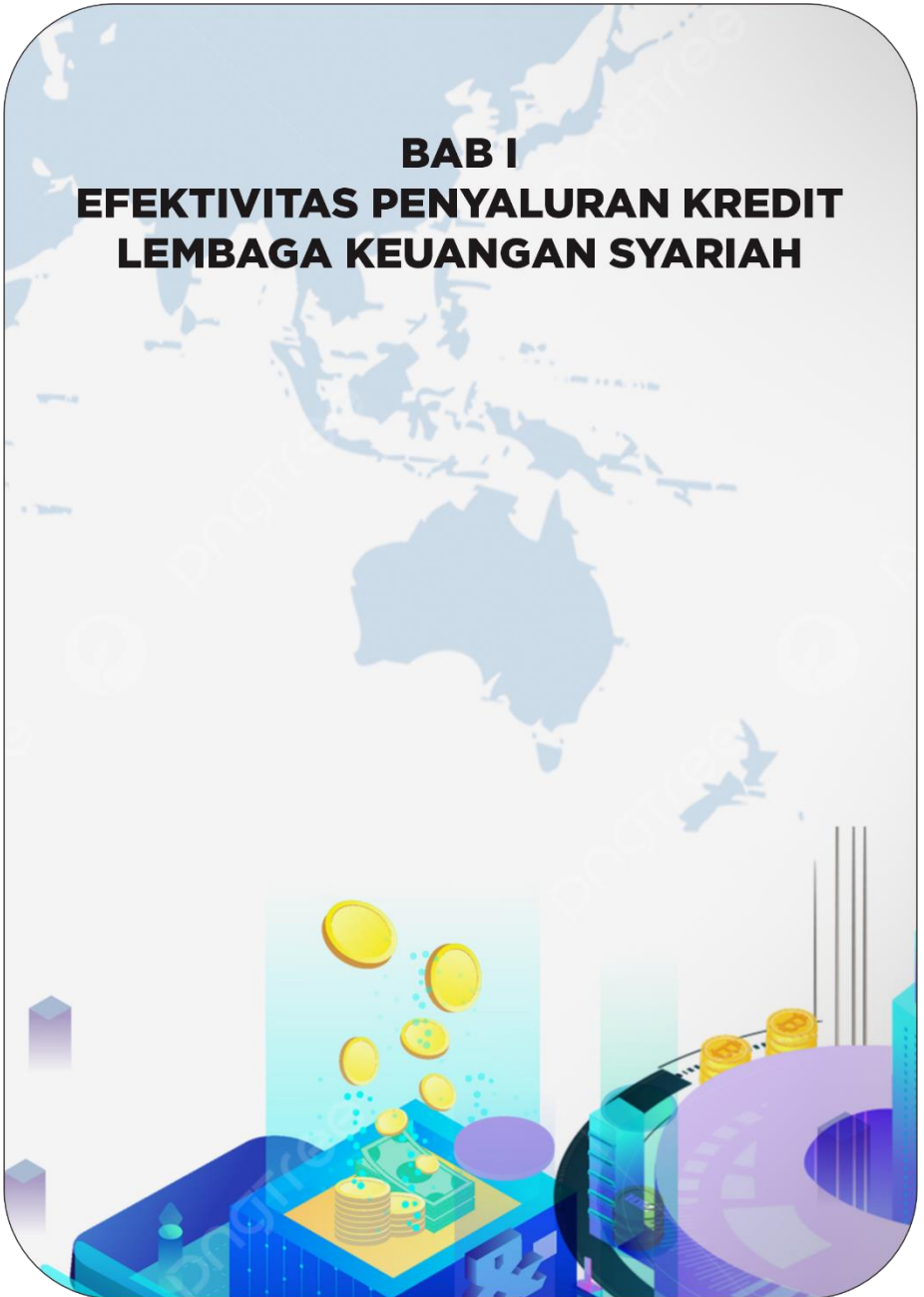
Dr. M. Syafii, S.E., S.Pd., M.Si
Dr. Syech Suhaimi, S.E., M.Si

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Peraturan Hak Cipta	ii
Halaman Sampul.....	iii
Halaman Penerbit.....	iv
Balik Halaman Judul.....	v
Alamat Redaksi.....	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Bab I Efektivitas Penyaluran Kredit Lembaga Keuangan Syariah	1
Bab II Pembiayaan Syariah.....	23
Bab III Pembiayaan Murabahah.....	31
Bab IV Pertumbuhan Usaha Kecil Mikro dan Menengah (UMKM).....	43
Bab V Keberlangsngan Usaha Kecil Mikro dan Menengah (UMKM).....	58
Daftar Pustaka	76
Profil Penulis.....	79

BAB I

EFEKTIVITAS PENYALURAN KREDIT LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH



Efektivitas Penyaluran Kredit Lembaga Keuangan Syariah

(Thaker et al., 2020) menyatakan bahwa pada dasarnya, pembiayaan syariah dianggap efektif ketika berhasil mencapai tujuan-tujuan tertentu secara ekonomi, sosial, dan etis, serta mematuhi prinsip-prinsip syariah Islam. Berikut adalah beberapa aspek untuk menilai efektivitas pembiayaan syariah:

1. Kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah, dimana efektivitas pembiayaan syariah tergantung pada sejauh mana lembaga keuangan syariah mematuhi prinsip-prinsip syariah Islam, seperti larangan riba, maisir, gharar, dan haram lainnya. Kepatuhan ini harus dilakukan secara konsisten dan transparan.
2. Peningkatan akses keuangan, dimana Pembiayaan syariah dianggap efektif jika berhasil meningkatkan akses keuangan bagi masyarakat, terutama bagi mereka yang sebelumnya sulit memperoleh layanan keuangan konvensional.
3. Dampak sosial dan inklusi keuangan, dimana pembiayaan syariah diharapkan dapat memberikan

dampak sosial yang positif, seperti menciptakan lapangan kerja, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dan memperkuat inklusi keuangan untuk golongan yang lebih lemah.

4. Peningkatan pertumbuhan ekonomi, dimana pembiayaan syariah yang efektif harus mampu mendukung pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan, terutama dengan memberikan pembiayaan kepada sektor-sektor yang berpotensi untuk menggerakkan ekonomi.
5. Inovasi produk dan layanan, dimana efektivitas pembiayaan syariah juga dapat diukur dari sejauh mana lembaga keuangan syariah mampu mengembangkan produk dan layanan inovatif yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat.
6. Pengelolaan risiko, dimana pembiayaan syariah yang efektif harus mengelola risiko dengan bijaksana dan mengikuti prinsip-prinsip pengelolaan risiko syariah yang sesuai dengan ajaran Islam.
7. Transparansi dan akuntabilitas, dimana efektivitas pembiayaan syariah juga ditentukan oleh tingkat transparansi dan akuntabilitas lembaga keuangan

syariah dalam menjalankan operasional dan mengelola dana nasabah (Miah & Suzuki, 2020).

Ada beberapa faktor internal yang mempengaruhi efektifitas penyaluran pembiayaan murabahah, dimana faktor tersebut antara lain:

1. Faktor Kepatuhan terhadap prinsip syariah: Tingkat pemahaman dan kesadaran lembaga keuangan syariah dan stafnya terhadap prinsip-prinsip syariah yang terkait dengan pembiayaan murabahah sangat penting. Pelanggaran atau ketidakpatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah dapat mengurangi efektivitas pembiayaan.
2. Faktor Tata kelola dan manajemen risiko: Efektivitas pembiayaan murabahah dipengaruhi oleh tata kelola yang baik dan manajemen risiko yang tepat dari lembaga keuangan syariah. Pengawasan yang ketat, kontrol internal yang kuat, dan manajemen risiko yang proaktif dapat meningkatkan kualitas pembiayaan dan mengurangi risiko yang mungkin timbul.
3. Faktor Proses pembiayaan yang efisien: Efisiensi dalam proses pembiayaan sangat penting untuk

mengurangi biaya operasional dan meningkatkan kecepatan penyelesaian transaksi. Proses yang lambat atau rumit dapat menghambat efektivitas pembiayaan murabahah.

4. Faktor Penilaian risiko nasabah: Lembaga keuangan syariah perlu melakukan penilaian risiko nasabah dengan cermat sebelum memberikan pembiayaan. Penilaian ini meliputi analisis kelayakan usaha dan kemampuan nasabah untuk membayar angsuran tepat waktu.
5. Faktor Kualitas portofolio pembiayaan: Kualitas portofolio pembiayaan, yaitu seberapa baik kinerja pembiayaan secara keseluruhan, merupakan faktor penting dalam menentukan efektivitas pembiayaan murabahah. Portofolio yang baik akan mengurangi risiko kredit dan meningkatkan keuntungan bagi lembaga keuangan syariah.
6. Faktor Tingkat suku bunga yang wajar: Keefektifan pembiayaan murabahah juga dapat dipengaruhi oleh tingkat suku bunga yang wajar dan kompetitif yang ditawarkan oleh lembaga keuangan syariah (Ubaydillah, Abdul Haris and Rahayu, 2022).

Adapun faktor eksternal yang mempengaruhi efektivitas penyaluran pembiayaan murabahah antara lain :

1. Faktor Kondisi ekonomi: Kondisi ekonomi makro, seperti tingkat pertumbuhan ekonomi, inflasi, suku bunga, dan stabilitas moneter, dapat berdampak pada permintaan dan ketersediaan pembiayaan murabahah. Perekonomian yang tumbuh positif cenderung meningkatkan permintaan pembiayaan, sementara kondisi ekonomi yang tidak stabil dapat mengurangi permintaan.
2. Faktor Regulasi dan kebijakan pemerintah: Regulasi dan kebijakan pemerintah terkait keuangan syariah dan industri perbankan secara keseluruhan dapat mempengaruhi efektivitas pembiayaan murabahah. Kebijakan yang mendukung dan memfasilitasi perkembangan lembaga keuangan syariah akan membantu meningkatkan efektivitas pembiayaan.
3. Faktor Ketersediaan dana dari pasar: Ketersediaan dana dari pasar keuangan, termasuk likuiditas dan pendanaan melalui instrumen investasi syariah, dapat mempengaruhi kemampuan lembaga keuangan syariah untuk menyediakan pembiayaan

murabahah dengan tingkat suku bunga yang kompetitif.

4. Faktor Tingkat kepercayaan masyarakat: Tingkat kepercayaan masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah dan produk pembiayaan syariah juga dapat mempengaruhi permintaan dan minat nasabah terhadap pembiayaan murabahah.
5. Perkembangan teknologi: Kemajuan teknologi dapat membantu meningkatkan efisiensi dan aksesibilitas pembiayaan murabahah. Penggunaan teknologi digital dan layanan perbankan online dapat memudahkan nasabah untuk mengakses dan menggunakan pembiayaan syariah.
6. Perkembangan pasar dan industri: Perkembangan pasar dan industri tertentu juga akan mempengaruhi efektivitas pembiayaan murabahah. Misalnya, sektor industri yang tumbuh pesat dapat menarik minat lembaga keuangan syariah untuk menyediakan pembiayaan dalam sektor tersebut (Aderemi & Ishak, 2020).

Lembaga keuangan syariah adalah salah satu lembaga keuangan yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah Islam. Prinsip syariah ini melarang

transaksi yang mengandung riba (bunga), maisir (spekulasi), gharar (ketidakjelasan), dan unsur-unsur haram lainnya. Tujuan utama dari lembaga keuangan syariah adalah untuk menyediakan produk dan layanan keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Produk dan layanan keuangan syariah mencakup berbagai hal, termasuk tabungan, deposito, pembiayaan (murabahah, ijara, dan lainnya), investasi, asuransi syariah, dan lain-lain. Lembaga keuangan syariah dapat berupa bank syariah, perusahaan asuransi syariah, perusahaan investasi syariah, dan lain sebagainya (Ubaydillah, Abdul Haris and Rahayu, 2022). Pada umumnya, lembaga keuangan syariah telah mengalami perkembangan dan pertumbuhan yang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Banyak negara dengan mayoritas penduduk Muslim telah melihat adopsi dan pertumbuhan industri keuangan berbasis syariah. Negara-negara seperti Malaysia, Indonesia, Uni Emirat Arab, Saudi Arabia, dan Qatar adalah beberapa contoh yang memiliki industri keuangan syariah yang cukup maju. Pertumbuhan ini didorong oleh meningkatnya kesadaran masyarakat tentang nilai-nilai keuangan syariah, yang menekankan pada transaksi yang adil, tidak melibatkan riba, spekulasi, dan unsur-unsur

haram lainnya. Selain itu, adopsi teknologi juga telah mempengaruhi industri ini, dengan munculnya layanan perbankan digital berbasis syariah dan produk-produk keuangan inovatif (Aderemi & Ishak, 2020).

Ada beberapa tugas dan fungsi pokok dari lembaga keuangan syariah, dimana tugas pokoknya adalah membantu masyarakat memenuhi kebutuhan finansial mereka dengan menyediakan akses ke produk dan layanan keuangan yang sesuai dengan prinsip Islam, dimana tugas yang diemban oleh lembaga keuangan syariah adalah menyalurkan sejumlah dana yang dapat dijadikan modal pembiayaan usaha, dimana penyaluran pembiayaan dilakukan tidak hanya dilakukan pada sector usaha besar, tetapi juga menyalurkan pembiayaan di industri kecil atau usaha mikro (Pratiwi, 2016). Usaha mikro atau kecil sangat penting untuk dibantu, karena usaha mikro ini merupakan penyangga dan tonggak dari upaya suatu wilayah atau daerah dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan keberlangsungan usaha, dimana dengan mendapatkan penyaluran dana pembiayaan diharapkan usaha mikro atau usaha kecil dapat mendongkrak pendapatan dan juga dapat mendongkrak upaya pengembangan menjadi usaha kelas menengah agar dapat

berperan serta dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi wilayah lokal.

Lembaga keuangan syariah memiliki peran yang penting dalam meningkatkan keberlanjutan usaha kecil dan menengah (UKM). Keberlanjutan UKM sangat krusial karena sektor ini memiliki potensi besar untuk menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pertumbuhan ekonomi, dan mengurangi disparitas sosial di masyarakat (Ibrahim, Mansor H., and Rizvi, 2017).

Masalah yang dijumpai sekarnag ini adalah adanya beberapa risiko yang dialami oleh bank syariah itu sendiri, dimana risiko ini berkaitan dengan munculnya pembiayaan bermasalah yang muncul akibat dari molornya pengembalian kredit oleh usaha mikro, sehingga mengganggu operasional lembaga keuangan syariah, dimana sekarnag ini telah banyak lembaga keuangan syariah yang ada di Indonesia gulung tikar karena tidak mampu lagi meningkatkan likuiditas akibat sudah terlalu banyaknya pembiayaan bermasalah yang mengganggu upaya lembaga keuangan syariah dalam rnagka meningkatkan keuntungan dan likuiditas yang ada, sehingga sekarnag ini lembaga keuangan syariah di

Indonesia lebih selektif dalam mengucurkan pembiayaan agar nantinya mereka bisa memilah mana usaha yang memang membutuhkan dana ini dalam rangka meningkatkan produksi dan juga menindorong upaya peningkatan kesempatan kerja demi mendongkrak pertumbuhan ekonomi (Hanini et al., 2021).

Provinsi adalah salah satu Provinsi yang memiliki beberapa lembaga keuangan syariah yang dapat membantu usaha mikro untuk meningkatkan kualitas dan kapasitas diri mereka melalui pembiayaan yang dihadirkan untuk menciptakan usaha mikro kecil yang berlanjut dan tumbuh berkemang, sehingga nantinya usaha mikro kecil dan menengah ini dapat membantu meningkatkan pertumbuhan ekonomi , serta meningkatkan pembukaan lapangan kerja demi mendongkrak kinerja ekonomi (Rabbani et al., 2021).

Dalam upaya meningkatkan kinerja yang baik dari usaha mikro ini diperlukan pembiayaan yang dikenal dengan pembiayaan murabahah, dimana pembiayaan murabahah ini merupakan bentuk pembiayaan yang diberikan dengan mengandung prinsip jual beli, dimana bentuk pembiayaan ini diberikan untuk membiayai aset-

aset yang kurang produktif dari setiap usaha mikro, sehingga usaha mikro ini dapat meningkatkan operasional yang ada yang akan membuat dirinya dapat mengembangkan diri, sehingga keberlanjutan usaha kecil menjadi fokus yang utama dikembangkan demi meningkatkan kinerja untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi di (Abdinur & Ondes, 2022).

Pada kenyataannya pembiayaan murabahah yang disalurkan belum mampu memberikan kemampuan lebih bagi usaha mikro dalam meningkatkan pengembangan usaha dalam upaya meningkatkan kesempatan kerja dan meningkatkan jumlah barang yang diproduksi untuk pencapaian pertumbuhan ekonomi yang tinggi. Hal ini dapat dilihat dari kondisi peningkatan penyaluran pembiayaan murabahah oleh lembaga keuangan syariah dengan jumlah usaha mikro di yang semakin lama jumlahnya semakin menurun karena kurangnya modal untuk pengembangan usaha, dimana usaha yang ada habis untuk melakukan biaya operasional. Hal ini dapat dilihat pada Tabel berikut ini:



Sumber: www.ojk.go.id dan www.bpssumut.go.id

Gambar 1 Gambaran Rata-Rata Pembiayaan Murabahah Yang Disalurkan Dengan Jumlah Usaha Mikro

Berdasarkan Tabel di atas dapat disimpulkan bahwa meskipun penyaluran jumlah dana pembiayaan murabahah oleh Lembaga Keuangan yang ada di dalam kurun waktu Tahun 2018-2022 meningkat, tetapi belum mampu meningkatkan pengembangan usaha mikro, dimana jumlah usaha mikro selama lima tahun terakhir cenderung menurun jumlahnya, dimana hal ini disebabkan oleh penyalurnya pembiayaan ini belum dimanfaatkan dengan baik oleh usaha mikro, dimana usaha mikro di masih terjebak dalam paradigma dalam upaya untuk menutupi biaya yang sudah keluar, bukan untuk memikirkan pengembangan usaha, sehingga uaya yang dilakukan lembaga keuangan syariah menjadi sia-sia,

dimana hal ini dapat terlihat selama Tahun 2022 kontribusi usaha mikro terhadap PDB sangat rendah, yaitu 19,2% dari PDB yang diperoleh Provinsi . Hal ini mengakibatkan pertumbuhan usaha mikro menjadi relative kecil dan proses keberlanjutan usaha menjadi berkurnag akrena banyak usaha mikro yang tutup karena meningkatnya operasional jika dibandingkan dengan keuntungannya, sehingga hutang menjadi meningkat yang membuat meningkatnya pembiayaan bermasalah di lembaga keuangan syariah di tersebut.

Lembaga keuangan syariah memiliki tugas dan fungsi memastikan semua kegiatan dan produk keuangan yang mereka patuhi mematuhi prinsip-prinsip syariah. Hal ini antara lain menghindari riba (bunga), unsur-unsur spekulasi, investasi dalam bisnis yang dianggap haram, dan menjalankan operasi keuangan sesuai dengan hukum Islam, lalu fungsi berikutnya adalah memberikan pembiayaan yang sesuai dengan prinsip syariah. Mereka memberikan dana kepada nasabah untuk memenuhi berbagai kebutuhan seperti pembiayaan rumah, kendaraan, pendidikan, dan usaha. Selain itu, mereka juga melakukan investasi di sektor-sektor yang halal sesuai dengan prinsip syariah, lalu lembaga keuangan syariah ini

menyediakan berbagai layanan perbankan, seperti akun tabungan, akun giro, kartu kredit syariah, dan transfer dana, yang sesuai dengan prinsip syariah.

Dalam proses operasionalnya melakukan penyaluran pembiayaan ada beberapa bentuk pembiayaan dari lembaga keuangan syariah, dimana bentuk pembiayaan yang ada di lembaga keuangan syariah ini yaitu pembiayaan mudharabah, pembiayaan murabahah, pembiayaan musyarakah dan pembiayaan ijarah. Pembiayaan murabahah merupakan jenis pembiayaan yang mengharuskan organisasi keuangan Islam membeli produk dan menjualnya kembali kepada konsumen dengan harga yang lebih tinggi. Biasanya, pembayaran dilakukan secara berkala atau angsuran. Dalam penerapannya untuk pengembangan UMKM (usaha mikro) pembiayaan murabahah ini merupakan pembiayaan yang dilakukan oleh lembaga keuangan islam atau sejenisnya untuk membeli barang modal kerja untuk membantu UMKM dalam meningkatkan kualitas dan kapabilitas agar bisa bersaing, serta mampu menciptakan pertumbuhan usaha secara cepat dan tepat, sehingga UMKM dapat meningkatkan penghasilan secara maksimal, dimana peningkatan penghasilan akan berimbas kepada

meningkatkan jumlah likuiditas yang akan membuat UMKM dapat meningkatkan pengembangan usahanya, sekaligus dapat meningkatkan pengembalian dana pembiayaan ke lembaga keuangan syariah dalam rangka menunjang kinerja lembaga keuangan syariah dalam meningkatkan persediaan dana atau menciptakan likuiditas yang sehat untuk meningkatkan jumlah dana secara maksimal dalam proses penyalurnya kredit pada masa yang akan datang.

Meningkatnya efektifitas penyaluran kredit dapat dilihat dari seberapa besar dan mampu lembaga keuangan syariah dalam meningkatkan ketersediaan dana (*financing deposit to ratio*) untuk meningkatkan jumlah dana untuk pembiayaan murabahah ke nasabah yang berupa pembiayaan barang modal untuk menunjang kapasitas usaha agar meningkat pertumbuhan usahanya, sehingga nasabah dari lembaga keuangan syariah yang pada umumnya adalah usaha mikro dapat meningkatkan keuntungan maksimal

Efektifitas penyaluran kredit murabahah dapat dinilai dari rasio *financing to deposit ratio*, dimana rasio ini menjabarkan sejauh mana lembaga keuangan, termasuk

lembaga keuangan syariah, menggunakan dana yang diterimanya dari nasabah untuk memberikan pembiayaan atau pembiayaan lainnya dalam rangka menciptakan pertumbuhan usaha dengan barang modal yang diberikan, serta membantu menciptakan kemampuan finansial yang lebih agar keberlangsungan usaha yang ada dapat terlaksana dengan lancar, dimana ada beberapa faktor yang membuat penggunaan dana untuk pembiayaan murabahah ini tidak bisa dimaksimalkan oleh lembaga keuangannya. Faktor yang mempengaruhi efektifitas pembiayaan murabahah ini dapat dilihat dari faktor internal lembaga keuangan syariah itu sendiri dan faktor eksternal lembaga keuangan syariah.

Faktor internal dari lembaga keuangan syariah ini adalah faktor jumlah pembiayaan yang disalurkan, suku bunga kredit yang dibebankan lembaga keuangan syariah, serta waktu pembiayaan yang diberlakukan yang membuat lembaga keuangan syariah dapat memaksimalkan tenggat pembayaran kredit yang ada untuk meningkatkan jumlah dana secara maksimal dan menghambat meningkatnya non performing financing. Adapun gambaran dari pengaruh jumlah pembiayaan murabahah, suku bunga kredit yang

dibebankan, serta waktu pembiayaan yang dibebankan ke nasabah dapat terlihat dari Tabel berikut:

Tabel 1 Rata-Rata Jumlah Pembiayaan Murabahah, Suku Bunga Yang Dibebankan, serta Waktu Pembayaran Yang dibebankan Lembaga Keuangan Syariah

**Tahun Jumlah Pembiayaan Murabahah (Jutaan Rupiah)
Suku Bunga (%) Waktu Pembiayaan (Bulan) Financing
Deposit Ratio (%)**

Tahun	Jumlah Pembiayaan Murabahah	Suku Bunga (%)	Waktu Pembiayaan (Bulan)	Financing Deposit Ratio (%)
2018	154.805.000.000	5,00	24	78,53
2019	160.654.000.000	5,6	36	78,53
2020	160.166.000.000	5,7	36	77,90
2021	190.884.000.000	5,25	36	76,12
2022	133.246.000.000	5,75	24	75,19

Sumber: OJK, 2022

Berdasarkan Tabel di atas dapat dijelaskan bahwa efektifitas penyalurnya kredit murabahah oleh lembaga keuangan yang ada ini belum maksimal, dimana hal ini dapat terlihat dari rata-rata kemampuan lembaga keuangan syariah dalam dalam menyalurkan pembiayaan

murabahah belum begitu maksimal. Hal ini dapat terlihat dari semain menurunnya nilai financing to deposit ratio yang menandakan kemampuan beberapa lembaga keuangan syariah dalam menyediakan jumlah dana untuk pembiayaan murabahah tidak begitu kuat akibat ketersediaan dana dan modal yang belum mencukupi, sehingga jangka waktu yang dibutuhkan rata-rata lama dalam proses pengembalian dan berimbas pada penurunan jumlah pembiayaan yang disalurkan kepada masyarakat, dimana nilai rata-rata jumlah pembiayaan yang ada makin menurun yang disebabkan oleh perubahan suku bunga yang meningkat yang membuat nasabah yang pada umumnya memiliki usaha mikro (UMKM) tidak mampu mengembalikan tepat waktu karena pembebanan suku bunga kredit yang berimbas kepada rendahnya pemenuhan dana untuk penyaluran kredit murabahah di tahun berikutnya, dimana hal ini ditandai dengan menurunnya rata-rata nilai financing deposit to ratio dari beberapa lembaga keuangan syariah di Indonesia.

Rendahnya jumlah pembiayaan dan juga kemampuan lembaga keuangan syariah berimbas pada menurunnya produktivitas lembaga keuangan syariah, khususnya di Provinsi , dimana rata-rata jumlah

pembiayaan yang disalurkan oleh lembaga keuangan syariah di Sumatera selama kurun waktu Tahun 2021 adalah Rp 55.000.000.000 dan Tahun 2022 sebesar Rp 47.500.000.000, yang rata-rata jumlah pembiayaan murabahah menurun, dimana situasi ini tidak saja dipengaruhi oleh suku bunga, tetapi ada faktor lain yang mempengaruhi efektifitas pembiayaan (FDR) yang menurun rata-rata 74-75% per tahun.

Selain faktor internal, ada faktor eksternal yang mempengaruhi penurunan efektifitas pembiayaan murabahah (FDR) di lembaga keuangan, khususnya di Provinsi menurun secara signifikan, dimana faktor tersebut adalah faktor regulasi Pemerintah, seperti regulasi tentang otoritas prinsip syariah yang belum dilakuakns secara maksimal, karena penerapan di lembaga keuangan syariah masih ada menerapkan suku bunga tinggi dan bukan bagi hasil membuat nasabah masih enggan menggunakan lembaga keuangan syariah sebagai tempat untuk meningkatkan jumlah modal, dimana pengusaha UMKM lebih senang untuk menggunakan dana kredit usaha rakyat yang bunganya relative ringan dan dapat membantu nasabah yang umumnya pengusaha UMKM untuk mengembalikan bunga dan jumlah kredit yang dipinjam

dengan tepat waktu. Akibatnya rata-rata jumlah pembiayaan lembaga keuangan syariah semakin menurun dan akan menyebabkan lembaga keuangan syariah tidak mampu meningkatkan jumlah dana untuk membiayai proses penyaluran kredit murabahah secara maksimal.

Ada faktor lain, seperti kinerja karyawan di lembaga keuangan syariah yang tidak bisa menciptakan inovasi, serta tidak mampu meningkatkan jumlah nasabah dengan maksimal akan menyebabkan lembaga keuangan di tidak mampu meningkatkan jumlah dana secara maksimal, sehingga berakibat kepada kurangnya kemampuan lembaga keuangan, khususnya yang ada di provinsi Sumatera dalam menyediakan jumlah dana untuk proses penyaluran kredit murabahah. Hal ini ditandai dengan rata-rata pertumbuhan nasabah di lembaga keuangan di Provinsi Sumatera sangat sedikit hanya 30.000 orang, dimana nasabah lembaga keuangan syariah lebih kecil dibandingkan dengan nasabah lembaga keuangan konvensional, yaitu sebesar 125.000 orang nasabah. Dengan rendahnya jumlah nasabah, hal ini menjadi faktor penyebab agar lembaga keuangan syariah mampu meningkatkan akses pasar yang membuat upaya maksimal meningkatkan jumlah nasabah dalam jumlah

besar tidak bisa dilakukan, selain penerapan prinsip syariah yang kurnag berjalan, kwaitas karyawan yang tidka mampu kreatif dna inovatif yang menarik pelanggan dengan diversifikasi produk belum berjalan maksimal, sehingga jumlah pembiayaan yang ada tidak mampu diraih secara maksimal yang ebrimbas kepada menurunnya kemampuan lembaga keuangan syariah dalam menyediakan dana untuk penyaluran kredit secara maksimal

BAB II PEMBIAYAAN SYARIAH



1. Pembiayaan Syariah

Pembiayaan merupakan aktivitas Bank syariah dalam menyalurkan dana kepada pihak lain selain Bank berdasarkan prinsip syariah. Penyaluran dana dalam bentuk pembiayaan didasarkan pada kepercayaan yang diberikan oleh pemilik dana kepada pengguna dana.

Menurut pasal 1 ayat 25 Undang-Undang Perbankan No.21 Tahun 2008, pembiayaan adalah penyediaan dana atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berupa:

1. Transaksi bagi hasil yang berupa Mudharabah dan Musyarakah.
2. Transaksi sewa menyewa dalam bentuk ijarah atau sewa beli dalam bentuk IMBT.
3. Transaksi jual beli dalam bentuk piutang Murabahah, salam, dan istishna'.
4. Transaksi pinjam meminjam dalam bentuk Qardh.

Istilah pembiayaan pada dasarnya lahir dari pengertian *I believe, I trust*, yaitu „saya percaya“ atau „saya menaruh kepercayaan“. Perkataan pembiayaan yang artinya kepercayaan (trust) yang berarti Bank menaruh kepercayaan kepada seseorang untuk melaksanakan amanah

yang diberikan oleh Bank selaku *shahibul maal*. Dana tersebut harus digunakan dengan benar, adil dan harus disertai dengan ikatan dan syarat-syarat yang jelas serta saling menguntungkan bagi kedua belah pihak, sebagaimana firman Allah SWT dalam Qs An-Nisa^{''} ayat 29:

Artinya:

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.

Pembiayaan yang diberikan oleh Bank syari^{''}ah berfungsi membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan dalam meningkatkan usahanya, masyarakat merupakan individu, pengusaha, lembaga, badan usaha, dan lain-lain yang membutuhkan dana.

a) Pengertian Pembiayaan

Pembiayaan secara umum dapat diartikan sebagai pemberian fasilitas dana dalam rangka memenuhi kebutuhan usaha atau kegiatan yang produktif. Pembiayaan dilakukan lembaga keuangan yang bersedia memberikan pendanaan bagi masyarakat yang membutuhkan. Pada umumnya Lembaga Keuangan Bank yang berkontribusi dalam kegiatan pembiayaan. Anshori (2007) menyatakan bahwa bank bertugas untuk menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan dana tersebut kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan dengan sistem bagi hasil (profit sharing) sesuai kehendak atau berdasarkan margin untuk bank syariah dan kredit berbasis bunga (interest based) untuk bank konvensional, maka bank dapat disebut sebagai media intermediasi keuangan (financial intermediary).

Pembiayaan syariah meliputi kegiatan yang dilakukan oleh bank dengan pengumpulan dana dari masyarakat (nasabah) berupa giro, tabungan dan deposito yang kemudian dan tersebut disalurkan kepada masyarakat (nasabah) dalam bentuk pembiayaan. Pembiayaan merupakan kegiatan perbankan syariah dan lembaga keuangan syariah lain dalam menyalurkan

dananya kepada masyarakat (nasabah) yang membutuhkan dana. Pembiayaan syariah sangat bermanfaat bagi bank syariah atau lembaga keuangan syariah dalam hal produk lending (penyaluran dana bank), nasabah dalam hal kebutuhan pendanaan, dan pemerintah dalam hal pertumbuhan ekonomi nasional. “Pembiayaan syariah dalam penyaluran dana sebelumnya melakukan analisis mendalam terlebih dahulu agar terhindar dari kerugian” (Ismail, 2011).

b) Tujuan Pembiayaan

Menurut Rivai (2010) tujuan pembiayaan ada dua yaitu tujuan pembiayaan makro dan tujuan pembiayaan mikro. Tujuan pembiayaan makro yang pertama adalah untuk meningkatkan ekonomi umat sehingga masyarakat yang belum mendapatkan akses ekonomi akan mendapatkan akses ekonomi, kedua untuk penyediaan dana bagi peningkatan usahabagi nasabah kekurangan dana, dan yang ketiga untuk memberikan peluang bagi untuk meningkatkan produktivitas. Sedangkan untuk pembiayaan mikro yaitu untuk peningkatan laba, meminimalisir kekurangan modal, mendayagunakan sumber daya ekonomi, dan menyalurkan dana yang

surplus kepada nasabah yang minus dana. Tujuan pembiayaan bagi perbankan syariah dapat disimpulkan untuk memenuhi kebutuhan dana nasabah yang membutuhkan sehingga dapat terbantu dengan adanya program pembiayaan ini.

c) Unsur-Unsur Pembiayaan

Pembiayaan yang diberikan oleh lembaga keuangan seperti perbankan haruslah berdasarkan atas kepercayaan, dengan demikian pada dasarnya pemberian pembiayaan merupakan pemberian kepercayaan kepada pihak yang dipercaya dalam menerima pembiayaan tersebut.

Adapun unsur-unsur yang terkandung dalam pemberian suatu fasilitas pembiayaan adalah:

1. Kepercayaan, yaitu suatu keyakinan pemberi pembiayaan bahwa pembiayaan yang diberikan (berupa uang, barang, atau jasa) akan benar-benar diterima kembali dimasa tertentu dimasa datang. Kepercayaan ini diberikan oleh bank, dimana sebelumnya sudah dilakukan penelitian penyelidikan tentang nasabah baik secara intern

maupun ekstern. Penelitian dan penyelidikan tentang kondisi masa lalu dan sekarang terhadap nasabah pemohon pembiayaan.

2. Kesepakatan, disamping unsur kepercayaan didalam pemberian pembiayaan/kredit juga mengandung unsur kesepakatan antara si pemberi kredit dengan si penerima kredit. Kesepakatan ini dituangkan dalam suatu perjanjian di mana masing-masing pihak menandatangani hak dan kewajibannya masing-masing.
3. Jangka waktu, setiap pembiayaan atau kredit yang diberikan memiliki jangka waktu tertentu, jangka waktu ini mencakup jangka waktu pengembalian kredit yang telah disepakati. Jangka waktu tersebut bisa berbentuk jangka pendek, jangka menengah atau jangka panjang.
4. Resiko, adanya suatu tenggang waktu pengembalian akan menyebabkan suatu resiko tidak tertagihnya/macet pemberian kredit. Semakin panjang pembiayaan/kredit semakin besar resikonya demikian pula sebaliknya. Resiko ini menjadi tanggungan bank, baik resiko yang disengaja oleh nasabah yang lalai, maupun oleh

resiko yang tidak disengaja. Misalnya terjadi bencana atau bangkrutnya usaha nasabah tanpa ada unsur kesengajaan lainnya.

5. Balas jasa, merupakan keuntungan atas pemberian suatu pembiayaan atau jasa tersebut yang kita kenal dengan nama bunga. Balas jasa dalam bentuk bunga dan biaya administrasi kredit ini merupakan keuntungan bank. Sedangkan bagi bank yang berdasarkan prinsip syariah balas jasanya ditentukan dengan bagi hasil.

d) Jenis-Jenis Pembiayaan

Menurut Nuraeni (2019) berdasarkan sifat penggunaan, jenis pembiayaan ada dua yaitu pembiayaan produktif dan pembiayaan konsumtif. Pembiayaan produktif yaitu pembiayaan yang diajukan untuk kepentingan kebutuhan produktif, seperti peningkatan usaha baik usaha produktif, perdagangan, maupun investasi. Sedangkan pembiayaan konsumtif yaitu pembiayaan yang diajukan untuk memenuhi kebutuhan.

BAB III

PEMBIAYAAN MURABAHAH

Pembiayaan Murabahah

a) Pengertian Murabahah

Umam dan Setiawan (2016) menyatakan bahwa kegiatan penghimpunan dana dan penyaluran dana serta pelayanan jasa Bank Syariah sesuai dengan dasar hukum PBI No. 10/16/PBI/2008 Pasal 3 menyebutkan pemenuhan prinsip syariah dilakukan melalui kegiatan penyaluran dana berupa pembiayaan dengan menggunakan akad wadiah, mudharabah, musyarakah, isthisna', murabahah, salam, ijarah, dan qardh. Salah satu akad dalam pembiayaan adalah murabahah yaitu pembiayaan yang intinya bertujuan untuk membantu masyarakat guna melangsungkan kehidupan dengan berbagai kegiatan dan meningkatkan kesejahteraan, bank syariah perlu memiliki fasilitas murabahah bagi masyarakat yang memerlukannya. Pembiayaan murabahah dilakukan dengan menjual barang dengan menegaskan harga belinya kepada pembayarnya dengan harga yang lebih sebagai laba. Fasilitas murabahah ini menyesuaikan kebutuhan dari nasabah yang akan menggunakan Pembiayaan Murabahah.

a) Penggunaan Akad Murabahah

- a. Pembiayaan murabahah merupakan jenis pembiayaan yang sering di aplikasikan dalam bank syariah, yang pada umumnya digunakan dalam transaksi jual beli barang investasi dan barang-barang yang di perlukan oleh individu.
- b. Jenis penggunaan pembiayaan murabahah lebih sesuai untuk pembiayaan investasi dan konsumsi. Dalam pembiayaan investasi, akad murabahah sangat sesuai karena ada barang yang akan di investasi oleh nasabah atau akan ada barang yang menjadi objek investasi. Dalam pembiayaan konsumsi, biasanya barang yang akan dikonsumsi oleh nasabah jelas dan terukur.
- c. Pembiayaan murabahah kurang cocok untuk pembiayaan modal kerja yang diberikan langsung dalam bentuk uang.

Adapun barang yang boleh digunakan sebagai objek jual beli yaitu seperti rumah, kendaraan bermotor atau alat transportasi, pembelian alat-alat industri, pembelian pabrik, gudang, dan asset tetap lainnya, pembelian asset yang tidak bertentangan dengan syariah Islam. Tujuan Murabahah tidak digunakan sebagai modal

pembiayaan selain untuk tujuan nasabah memperoleh dana guna membeli barang yang diperlukannya. Apabila untuk tujuan lain selain untuk membeli barang, murabahah tidak boleh digunakan.

b) Ketentuan Pembiayaan Murabahah

Ketentuan pembiayaan murabahah yang tercantum dalam Fatwa DSN No.4/DSN-MUI/IV/2000 adalah sebagai berikut:

- a. Pihak Bank Syariah dan calon nasabah harus melakukan akad murabahah yang bebas riba
- b. Barang yang diperjual belikan dalam Pembiayaan Murabahah tidak diharamkan oleh syariat Islam
- c. Pihak Bank Syariah membiayai sebagian atau seluruh harga pembelian barang yang telah disepakati kualifikasinya
- d. Pihak Bank Syariah membeli barang yang dibutuhkan nasabah dengan atas nama bank sendiri dan pembelian yang dilakukan harus sah dan bebas riba
- e. Pihak Bank Syariah harus menyampaikan semua hal yang berkaitan dengan pembelian, misalnya jika pihak Bank Syariah melakukan pembelian barang secara hutang

- f. Pihak Bank Syariah setelah mendapatkan barang sesuai yang dibutuhkan nasabah kemudian menjual barang tersebut dengan harga jual senilai harga beli ditambah keuntungan yang dikehendaki. Dalam hal ini Bank Syariah harus memberitahu secara jujur harga pokok barang kepada nasabah sekaligus biaya yang diperlukan
- g. Pihak Nasabah membayar harga barang yang telah disepakati tersebut pada jangka waktu tertentu yang telah disepakati melalui akad
- h. Untuk mencegah terjadinya penyalahgunaan atau kerusakan akad tersebut, pihak Bank Syariah dapat mengadakan perjanjian khusus dengan nasabah
- i. Jika pihak Bank Syariah mempunyai kehendak untuk mewakili kepada nasabah dalam pembelian barang dari pihak ketiga, akad jual beli murabahah harus dilakukan setelah barang secara prinsip menjadi milik bank.

c) Landasan Hukum Murabahah

Al-Qur'an tidak membuat acuan langsung berkenaan dengan murabahah, walaupun ada beberapa acuan di dalamnya untuk menjual, keuntungan, kerugian,

dan perdagangan. Demikian juga, nampaknya tidak ada juga hadits yang memiliki acuan langsung kepada murabahah.

Meskipun murabaha termasuk dalam akad jual beli dan dalam Al- Qur'an dan beberapa ayat tentang jual beli misalnya surat Al-Baqarah ayat 275:

yang artinya: "...Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba..." Namun dalam ayat tersebut tidak menjelaskan jual beli yang bagaimana atau murabahah termasuk di dalamnya atau tidak, jadi belum ada landasan dari Al- Qur'an yang mendasari secara langsung tentang murabahah.

Para ulama awal seperti Malik dan Syafi'iyang khusus menyatakan bahwa penjualan murabahah berlaku, tidak menyebutkan referensi dari hadits yang jelas. Al-Kaff, kritikus kontemporer terhadap murabahah, menyimpulkan murabahah merupakan "salah satu penjualan yang tidak dikenal sepanjang masa Nabi atau sahabatnya". Menurutny, ulama yang masyhur mulai mengungkapkan pandangan mereka mengenai murabahah pada perempat pertama abad hijriah, atau lebih. Karena nampaknya tidak ada acuan langsung kepadanya dalam Al-Qur'an atau Al-Hadits yang diterima umum, para ahli harus

membenarkan murabahah berdasarkan landasan lain. malik mendukung validitasnya dengan acuan pada praktek orang-orang Madinah.

Imam Syafi'i, tanpa bermaksud untuk membela pandangannya, mengatakan: "Jika seseorang menunjukkan komoditas kepada seseorang dan mengatakan, "kamu beli untukku, aku akan memberikanmu keuntungan begini, begini," kemudian orang itu membelinya, maka transaksi itu sah". Ulama' Hanafi, Marghinani, membenarkannya berdasarkan "kondisi penting bagi validitas penjualan didalamnya, dan juga manusia sangat membutuhkannya. Ulama Syafi'i, Nawawi, secara sederhana mengemukakan bahwa: Penjualan Murabahah sah menurut hukum tanpa bantahan.

Murabahah, merupakan bentuk penjualan pembayaran yang ditunda dan perjanjian komersial resmi, walaupun tidak berdasarkan teks Al-Qur'an dan As-Sunnah, tetapi dibolehkan dalam hukum Islam. Bank-bank Islam telah menggunakan perjanjian murabahah dalam aktifitas pembiayaan melalui barang-barang dagangan, dan memperluas jaringan dan penggunaannya.

e) Rukun dan Syarat Akad Murabahah

a. Rukun

Adapun rukun dari akad murabahah yang harus dipenuhi dalam proses transaksi adalah sebagai berikut:

1. Pelaku akad, yaitu ba'I (penjual) adalah pihak yang memiliki barang untuk dijual, dan musytari (pembeli) adalah pihak yang memerlukan dan akan membeli barang.
2. Objek akad, yaitu mabi' (barang dagangan) dan tsaman (harga); dan
3. Shighah, yaitu Ijab dan Qabul.

b. Syarat Akad Murabahah

Murabahah pada awalnya adalah konsep jual beli dimana sama sekali tidak ada kaitannya dengan Akad. Meskipun demikian, bentuk jual beli ini kemudian dipakai oleh perbankan syariah dengan menambahkan beberapa konsep lain hingga menjadi bentuk Akad. Akan tetapi, validitas transaksi seperti ini tergantung dari beberapa syarat yang betul-betul harus diperhatikan agar transaksi murabahah diterima secara Syariah.

Dalam Akad murabahah, bank sebagai pemilik dana membelikan barang sesuai dengan spesifikasi yang diinginkan oleh nasabah yang membutuhkan Akad, kemudian menjualnya kepada nasabah tersebut dengan penambahan keuntungan tetap, sementara ini nasabah akan mengembalikan utangnya dikemudian hari baik secara tunai maupun cicilan.

Menurut Wahbah az-Zuhaili dalam murabahah ditetapkan syarat-syarat sebagai berikut:

- a) Mengetahui harga pokok Dalam melakukan jual beli murabahah dipersyaratkan agar mengetahui harga pokok ataupun harga asal, dikarenakan mengetahui harga ialah syarat sah dalam jual beli.
- b) Mengetahui keuntungan Hendaknya margin keuntungan yang di ambil juga diketahui oleh pembeli, karena margin keuntungan tersebut termasuk bagian dari pada harga yang harus diserahkan oleh pihak pembeli kepada pihak penjual. Karena mengetahui harga adalah syarat sah dari jual beli.
- c) Harga pokok adalah sesuatu yang dapat diukur, dihitung dan ditimbang, baik pada saat terjadi

transaksi jual beli dengan penjual baik dengan penjual pertama ataupun penjual setelahnya.

Oleh sebab itu, harga pokok ini biasanya ditentukan oleh nilai, seperti halnya nilai mata uang. Adapun syarat dari akad murabahah menurut Nurul Huda dan Mohamad Heykal

1. Pihak yang berakad

- a. Cakap hukum; dan
- b. Sukarela (ridha), tidak sedang dalam keadaan dipaksa/terpaksa/berada dibawah tekanan.

2. Objek yang diperjualbelikan

- a. Tidak termasuk barang yang diharamkan/dilarang oleh syariah;
- b. Mempunyai manfaat;
- c. Penyerahan barang dari penjual kepada pembeli dapat dilakukan;
- d. Barang merupakan hak milik penuh pihak yang berakad; dan
- e. Sesuai spesifikasinya yang diterima pembeli dan diserahkan oleh penjual.

3. Akad/sighat
 - a. Harus jelas dan disebutkan secara spesifik dengan siapa ia berakad;
 - b. Antara ijab kabul (serah terima) harus selalu selaras baik dalam spesifikasi barang maupun harga yang telah disepakati.
 - c. Tidak mengandung klausul yang bersifat menggantungkan keabsahan transaksi pada waktu yang akan datang; dan Tidak membatasi waktu, misalnya: saya menjual ini kepada Bapak untuk jangka waktu 11 bulan, setelah itu jadi milik saya kembali .

f) Risiko Akad Murabahah

Beberapa risiko dalam akad murabahah menurut Muhyiddin :

1. Kelalaian nasabah dengan tidak membayar angsuran secara sengaja.
2. Fluktuasi harga barang naik setelah bank membelinya untuk nasabah, ini mengakibatkan bank tidak dapat mengubah harga jual barang kepada nasabah.

3. Penolakan barang karena barang rusak ataupun tidak sesuai dengan spesifikasi yang diinginkan oleh nasabah.
4. Barang dijual oleh nasabah, karena akad murabahah bersifat jual beli dengan utang maka ketika kontrak disetujui barang tersebut telah menjadi milik nasabah.



BAB IV
PERTUMBUHAN
USAHA KECIL MIKRO DAN
MENENGAH (UMKM)

Pertumbuhan usaha mikro atau kecil adalah proses peningkatan skala, omset, dan profitabilitas bisnis dengan tetap beroperasi sebagai usaha skala kecil. Pertumbuhan usaha mikro atau kecil bisa mencakup peningkatan produksi, penambahan jumlah karyawan, ekspansi pasar, pengenalan produk atau layanan baru, atau diversifikasi usaha (Ibrahim, Mansor H., and Rizvi, 2017). Pertumbuhan usaha mikro atau kecil dapat diukur dengan beberapa indikator, seperti:

- a. Pendapatan atau omset: Pertumbuhan usaha dapat diukur dari peningkatan pendapatan atau omset perusahaan dari tahun ke tahun
- b. Jumlah karyawan: Jika usaha mikro atau kecil berhasil menambah jumlah karyawan, itu bisa menjadi indikator pertumbuhan.
- c. Pangsa pasar: Pertumbuhan juga dapat dilihat dari ekspansi pasar, di mana perusahaan berhasil memperluas jangkauan dan basis pelanggan mereka
- d. Laba dan keuntungan: Peningkatan laba dan keuntungan perusahaan adalah indikator pertumbuhan bisnis yang positif

- e. Aset dan kapitalisasi: Peningkatan jumlah aset dan kapitalisasi perusahaan dapat menunjukkan pertumbuhan usaha (Hanini et al., 2021).

ii. **Pengertian Usaha Kecil Mikro dan Menengah (UMKM)**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah kegiatan usaha yang dapat memperluas lapangan kerja dan berperan penting dalam proses pemerataan serta peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan mewujudkan stabilitas ekonomi nasional.

Menurut Undang-Undang Nomor 20, 2008, ketentuan umum Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah sebagai berikut:

- iii. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- iv. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan

merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.

- v. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

2. Kriteria Usaha Kecil Mikro dan Menengah (UMKM)

Kriteria Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah sebagai berikut:

1. Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut:

- a. memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b. memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
2. Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut:
- a. memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b. memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).
3. Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut:
- a. memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau

- b. memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).
 4. Kriteria sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a, huruf b, dan ayat (2) huruf a, huruf b, serta ayat (3) huruf a, huruf b nilai nominalnya dapat diubah sesuai dengan perkembangan perekonomian yang diatur dengan Peraturan Presiden.

3. Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja UMKM

Menurut Munizu (2010) ada 2 jenis faktor yang mempengaruhi kinerja UMKM, yaitu faktor internal dan faktor eksternal:

Faktor Internal

Faktor internal berperan penting dan menjadi landasan untuk membangun kekuatan dan mengatasi kelemahan organisasi. Faktor internal terdiri dari aspek sumber daya manusia, aspek keuangan, aspek teknis dan operasional, serta aspek pasar dan pemasaran (David 2009). Faktor-faktor internal yang positif dapat

dimanfaatkan perusahaan untuk mencapai misi, sasaran, dan tujuan. Faktor tersebut mencakup keterampilan maupun pengetahuan, tenaga penjualan yang berpengalaman, citra public yang positif dan faktor lain. Faktor internal merupakan dasar untuk membangun tujuan dan strategi dalam menciptakan kekuatan dan mengatasi kelemahan organisasi (David 2009). Dimensi faktor internal meliputi:

1. Aspek Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia adalah individu yang bekerja dan menjadi anggota suatu perusahaan atau institusi. Sumber daya manusia tidak dapat dilepaskan dari suatu organisasi, sumber daya manusia sangat diperlukan untuk menjalankan dan mengembangkan usaha, tanpa adanya sumber daya manusia, maka usaha tersebut tidak dapat beroperasi atau tidak dapat mencapai tujuannya. Sumber daya manusia juga dapat dikatakan sebagai aset dan berfungsi sebagai modal non material dalam organisasi bisnis, yang dapat menjadi potensi nyata secara fisik dan non fisik guna mewujudkan eksistensi organisasi (Nawawi, 2006).

2. Aspek Keuangan

Aspek keuangan tentu menentukan keberlangsungan usaha. Pengelolaan keuangan harus dilakukan dengan baik dan benar untuk menjadi modal pembiayaan dan pengembangan usaha, serta pencarian laba dengan maksimal. Aspek keuangan seperti modal dan laba yang dihasilkan oleh UMKM. Aspek keuangan juga terkait dengan proses transfer yang seperti lembaga, pasar, dan belanja modal (Nawawi, 2006). Menurut Suliyanto (2010), analisis aspek keuangan digunakan untuk menjawab pertanyaan bagaimana kesiapan permodalan yang akan digunakan untuk menjalankan bisnis agar menguntungkan. Aspek keuangan dapat dikatakan layak ketika sumber dana untuk membiayai bisnis mampu memberikan tingkat pengembalian yang menguntungkan. Sehingga, guna meningkatkan kinerja UMKM dibutuhkan ketersediaan dana (Pamungkas and Hidayatulloh 2019) Rangkuti (2012) menjelaskan bahwa aspek keuangan dalam usaha memiliki tujuan agar mempelajari hal-hal yang memiliki hubungan pada aliran kas dan sumber dana serta proyeksi keuangan, baik pemasukan maupun pengeluaran yang sering terjadi selama masa produksi dengan operasional proyek yang ditetapkan. Berdasarkan

Suliyanto (2010) secara spesifik aspek keuangan bertujuan untuk:

- a. Menganalisa sumber dana dalam menjalankan usaha
- b. Menganalisa besarnya kebutuhan biaya investasi yang dibutuhkan
- c. Memproyeksikan laba rugi usaha yang dijalankan
- d. Memproyeksikan arus kas pada usaha yang dijalankan
- e. Memproyeksikan neraca usaha yang dijalankan
- f. Menganalisa kebutuhan modal kerja yang dibutuhkan.

3. Aspek Teknis dan Operasi

Para pelaku UMKM harus mempertimbangkan aspek teknis dan operasi seperti lokasi, luas produksi, penyusunan peralatan usaha, menentukan teknologi yang dibutuhkan UMKM, metode persediaan, pemilihan kualitas tenaga kerja. Kasmir dan Jakfar (2003) menyatakan bahwa penilaian aspek teknis dan operasi secara umum ada beberapa hal yang ingin dicapai yaitu (1) agar perusahaan dapat menentukan lokasi secara tepat, baik lokasi pabrik, gudang, cabang, maupun kantor pusat, (2) agar layout yang ditentukan sesuai dengan proses

produksi yang dipilih, sehingga dapat lebih efisien, (3) agar dapat menentukan teknologi yang tepat saat menjalankan proses produksi, (4) agar dapat menentukan metode persediaan yang paling baik untuk jalankan yang sesuai dengan bidang usaha, serta (5) agar suatu usaha dapat menentukan kualitas tenaga kerja yang dibutuhkan untuk sekarang maupun di masa yang akan datang.

Menurut Suliyanto (2010) beberapa aspek yang perlu di pahami dalam hubungannya pada aspek teknis dan teknologi yaitu, penentuan lokasi bisnis, tata letak bisnis, pemilihan peralatan dan teknologi.

4. Aspek Pasar dan Pemasaran

Aspek pasar dan pemasaran mempertimbangkan permintaan konsumen seperti keinginan dan kebutuhan konsumen. Menurut Dewanti (2008), aspek pasar dan pemasaran merupakan suatu komponen yang saling berhubungan dengan tujuan yang sama, yaitu berfokus pada keinginan dan kebutuhan konsumen. Hal ini karena tolak ukur dari sebuah usaha adalah kepuasan konsumen. Pasar sendiri didefinisikan sebagai tempat terjadinya transaksi antara pembeli dan penjual. Menurut Suliyanto (2010) layaknya suatu ide bisnis didasari oleh aspek pasar

dan pemasaran, apabila ide bisnis tersebut mampu menghasilkan produk yang diterima pasar dengan tingkat penjualan yang menguntungkan.

Suliyanto (2010) menyatakan bahwa tujuan dari analisis aspek pasar dan pemasaran yaitu:

1. Menganalisa permintaan pada produk yang akan dihasilkan
2. Menganalisa penawaran pada produk sejenis
3. Menganalisa ketersediaan berkenaan dengan pemasok factor produksi yang dibutuhkan
4. Menganalisa ketepatan strategi pemasara yang digunakan

Faktor Eksternal

Faktor eksternal merupakan faktor di luar usaha yang berpotensi mempengaruhi usaha. Menurut Pearce II and Robinson (2013) faktor eksternal mempengaruhi sebuah perusahaan dalam menentukan arah dan tindakan yang akan dilakukan perusahaan. Faktor eksternal terbagi menjadi tiga menjadi (1) lingkungan jauh (ekonomi, sosial, politik, teknologi, dan ekologi), (2) lingkungan industri (hambatan masuk, kekuatan pemasok, kekuatan pembeli,

ketersediaan produk pengganti, dan persaingan kompetitif), serta (3) lingkungan operasional (pesaing, pemberi kredit, pelanggan, pasar tenaga kerja, dan pemasok). Faktor eksternal terdiri dari kebijakan pemerintah di sektor publik, aspek sosial, budaya, dan ekonomi, serta aspek peranan lembaga terkait (Sandra & Purwanto, 2015).

1. Aspek Kebijakan Pemerintah

Menurut Friedrich (1969) dalam (Agustino dan Leo, 2008), aspek kebijakan pemerintah terdiri dari (1) peningkatan layanan jasa keuangan khususnya untuk pelaku UKM yang meliputi perbaikan layanan jasa, pasar, modal, dan asuransi), (2) peningkatan infrastruktur layanan jasa keuangan berupa akses pasar, layanan penagihan dan pembayaran, kemudahan investasi dan menabung, serta dukungan umum atas pelaksanaan transaksi perdagangan, serta (3) meningkatkan kemampuan serta penguasaan aspek-aspek teknis dan manajemen usaha, pengembangan produk dan penjualan, administrasi keuangan, serta kewirausahaan secara menyeluruh. Ketiga kebijakan ini bertujuan untuk

pertumbuhan ekonomi khususnya yang terkait langsung dengan UKM.

2. Aspek Sosial, Budaya, dan Ekonomi

Aspek social, budaya, dan ekonomi memiliki dampak yang beragam kepada pemilik UMKM, seperti masuknya persaingan dari luar daerah sehingga meningkatkan persaingan dan mengurangi peluang bagi masyarakat sekitar, budaya dan adat istiadat setempat yang menjadi tantangan tersendiri bagi pelaku UMKM, pembangunan transportasi, listrik dan air, serta adanya investasi akan meningkatkan peluang untuk meningkatkan pendapatan (Kasmir and Jakfar 2003).

3. Aspek Peranan Lembaga Terkait

Aspek peranan Lembaga terkait dengan pemanfaatan lembaga terkait bagi UMKM untuk memulai atau mengembangkan usahanya. Seperti perbankan, credit union, modal venture, koperasi, asuransi, pegadaian, dan lembaga keuangan serupa. Oleh karena itu, lembaga keuangan dapat disebut sebagai perantara antara pemilik dana dengan pihak yang membutuhkan dana (Pearce et al., 2013).

Masyarakat Indonesia tidak lepas dari UMKM dalam memenuhi kebutuhannya sehari-hari. UMKM yang tercatat tahun 2018 yang diperoleh dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Mikro dan Menengah Republik Indonesia (<http://www.depkop.go.id/data-umkm>) dengan jumlah 64.194.057 yang terdiri dari usaha mikro (Umi) sejumlah 63.350.222, usaha kecil (UK) sejumlah 783.132, dan usaha menengah (UM) sejumlah 60.702 yang tersebar di seluruh penjuru negeri. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa usaha skala kecil di Indonesia mempunyai porsi 99%, artinya hampir seluruh usaha di Indonesia adalah berskala kecil dan usaha besar hanya 1%. Dari jumlah UMKM yang ada maka usaha kecil mempunyai efek dominan secara kuantitas, selaras dengan kualitas kontribusinya dalam perekonomian Indonesia yang pada saat mengalami krisis moneter tahun 1997-1998 dapat menyelamatkan perekonomian Indonesia dari ancaman krisis ekonomi dengan perannya sebagai dinamisator dan stabilisator. UMKM mampu hidup di sela-sela usaha besar dengan menopang bahan mentah, suku cadang, dan bahan bak lainnya, selain itu UMKM juga menyerap tenaga kerja lebih banyak dari pada usaha besar karena UMKM yang minim penggunaan mesin. UMKM

dalam praktiknya menggunakan strategi unik dan menarik dalam menghasilkan produk sehingga tidak bersaing dengan usaha besar, mereka tetap bisa survive dengan keunikan yang tidak dapat ditemukan di usaha besar.

BAB V

KEBERLANGSNGAN USAHA KECIL MIKRO DAN MENENGAH (UMKM)



Keberlangsungan usaha mikro atau kecil mengacu pada kemampuan bisnis tersebut untuk tetap beroperasi dan berkembang secara berkelanjutan dalam jangka waktu yang panjang. Keberlangsungan ini mencakup kemampuan usaha untuk bertahan, beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis, dan mempertahankan daya saing di pasar (Abdinur & Ondes, 2022). Beberapa faktor yang mempengaruhi keberlangsungan usaha mikro atau kecil adalah sebagai berikut:

1. Manajemen yang baik: Manajemen yang efektif dan efisien sangat penting untuk keberlangsungan usaha mikro atau kecil. Pemilik usaha harus mampu mengelola sumber daya dengan baik, mengambil keputusan strategis yang tepat, dan memiliki visi jangka panjang untuk pengembangan usaha.
2. Kualitas produk atau layanan: Kualitas produk atau layanan yang baik merupakan faktor kunci dalam menjaga kepuasan pelanggan dan mempertahankan pangsa pasar. Usaha mikro atau kecil harus selalu berusaha meningkatkan kualitas produk atau layanannya untuk tetap bersaing di pasar.

3. Keuangan yang sehat: Pengelolaan keuangan yang baik sangat penting untuk keberlangsungan usaha. Usaha mikro atau kecil harus memantau arus kas, mengelola utang dengan bijaksana, dan memiliki cadangan keuangan untuk mengatasi tantangan dan risiko yang mungkin timbul.
4. Sumber daya manusia yang kompeten: Karyawan yang terampil dan berkompoten dapat memberikan nilai tambah bagi usaha mikro atau kecil. Oleh karena itu, perusahaan perlu menjaga dan mengembangkan sumber daya manusia yang ada, serta menarik bakat-bakat baru untuk berkontribusi pada pertumbuhan bisnis.
5. Akses ke pasar dan distribusi: Usaha mikro atau kecil harus memiliki akses yang memadai ke pasar dan jalur distribusi untuk memastikan produk atau layanan mereka dapat mencapai pelanggan dengan efektif.
6. Kepatuhan terhadap regulasi dan peraturan: Usaha mikro atau kecil harus mematuhi regulasi dan peraturan yang berlaku untuk menghindari masalah hukum dan menjaga reputasi bisnis.

7. Dukungan ekosistem bisnis: Ekosistem bisnis yang solid, termasuk dukungan dari pemerintah, lembaga keuangan, dan komunitas usaha, dapat membantu meningkatkan keberlangsungan usaha mikro atau kecil (Hardianti, 2022).

1. Pedagang Pasar

Busrofi (2017) menyatakan bahwa pedagang adalah orang yang melakukan perdagangan, memperjualbelikan barang yang tidak diproduksi sendiri untuk memperoleh keuntungan. Sedangkan menurut Deperindag dan Abdullah et, et, al dalam Latif (2018) menyatakan bahwa pedagang dalam konteks mikro adalah suatu bentuk kegiatan ekonomi yang berskala kecil yang dilakukan oleh masyarakat menengah kebawah dengan sektor informal atau perekonomian subsisten, dengan ciri-ciri tidak mempunyai pendidikan formal yang tinggi, keterampilan rendah, pelanggannya berasal dari kalangan masyarakat menengah kebawah, sebagian pekerja adalah keluarga dan dipekerjakan secara padat karya, termasuk pedagang eceran dengan modal pinjaman dari bank kurang dari dua puluh lima juta rupiah guna modal usaha.

2. Perilaku Pedagang Pasar

Menurut Setiartiti (2016) menyatakan bahwa perilaku pedagang pasar dapat diidentifikasi, sebagai berikut:

- 1) Jumlah pedagang yang meningkat
Pasar tradisional yang cenderung diminati masyarakat pada umumnya menjadi alasan pedagang pasar ingin berjualan di pasar tradisional. Kondisi ini mendukung jumlah peningkatan pedagang pasar dari waktu ke waktu di pasar tradisional. Pasar tradisional dengan peningkatan pedagang pasar tentu membutuhkan tempat yang lebih, jika tidak ada ketersediaan tempat maka akan timbul pemaksaan dengan mengabaikan tata ruang pasar yang ada.
- 2) Kesadaran yang rendah terhadap kedisiplinan, kebersihan, dan ketertiban
Mayoritas pedagang pasar memiliki tingkat pendidikan yang rendah, pada umumnya kurang memiliki kesadaran terkait pentingnya kedisiplinan, kebersihan, dan ketertiban. Hal seperti ini dibiarkan oleh pihak pengelola pasar tradisional

tanpa ada keinginan untuk melakukan proses edukasi secara berkala kepada pedagang pasar.

3) Terbatasnya pengetahuan dan informasi bagi pedagang pasar

Pemahaman para pedagang pasar yang dinilai rendah terhadap konsumen selalu berubah-ubah, tetapi para produsen dan pedagang pasar tidak bisa mengikutinya karena terbatasnya pengetahuan dan informasi. Pedagang pasar pada umumnya berkembang (pengetahuan) secara alamiah tanpa ada persiapan untuk memasuki era persaingan. Selain permasalahan tersebut, para pedagang pasar kekurangan modal yang diikuti dengan inflasi yang tidak menentu.

a. Ciri-ciri pedagang pasar dapat diuraikan, sebagai berikut:

1) Modal yang dimiliki relatif kecil

Para pedagang pasar pada umumnya tidak mempunyai keberanian mendatangi bank umum dalam memperoleh modal, mengingat rumitnya prosedur dan persyaratan sulit yang harus mereka penuhi. Apalagi kebanyakan dari mereka adalah buta huruf dan tidak memiliki aset jaminan,

akhirnya mereka seringkali hutang kepada rentenir yang setiap saat mampu memberikan pinjaman dengan cepat tanpa butuh waktu yang lama dan tidak melalui proses yang rumit

- 2) Pedagang pasar berdagang hanya untuk memenuhi kebutuhan sekarang

Dalam hal ini rata-rata pedagang pasar kurang memperhitungkan adanya tabungan masa depan. Pendapatan yang mereka peroleh biasanya langsung untuk membeli barang dagangan, memenuhi kebutuhan sehari-hari dan untuk mencicil hutang.

- 3) Pendidikan pedagang pasar yang relatif rendah

Tidak sedikit para pedagng pasar yang mengalami buta huruf karena rendahnya pendidikan mereka, sehingga hal ini mempengaruhi pola pikir mereka terhadap prospek masa depan. Bagi pedagang pasar yang mereka lakukan selama sudah memenuhi kebutuhan sudah dianggap cukup.

3. Pasar Tradisional

Pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah atau yang berkerjasama dengan

pihak swasta yang tempat usahanya berupa tenda, kios, los dan toko yang dimiliki oleh pedagang dengan modal kecil dan jual beli yang menggunakan sistem tawar menawar dengan konsumennya. Di pasar tradisional menyediakan barang/komoditas berupa kebutuhan sehari-hari, misalnya pakaian, perabotan rumah tangga, bahan kue, plastik, sayur, ikan, daging, buah-buahan dan lain sebagainya.

Menurut Pramudyo (2014) pasar tradisional mempunyai beberapa keunggulan yaitu, pertama adalah adanya kesempatan tawar menawar. Dengan adanya tawar menawar ini membuat penjual dengan pembeli saling berinteraksi secara langsung. Terdapat sentuhan humanis, sehingga mempunyai kedekatan baik personal maupun emosional. Hal ini juga selaras dengan pendapat Mulyadi (2012) yang menyatakan bahwa pasar tradisional adalah cermin dari adanya kehidupan sosial dalam satu wilayah tertentu. Pasar tradisional dapat dikatakan sebagai pusat kebudayaan, dimana segala macam ekspresi perilaku dan nilai yang melekat dalam masyarakat terekspresikan didalamnya. Intensitas interaksi di dalam pasar tradisional tidak kita temukan di pasar modern. Kedua adalah masalah kualitas, hal ini berkaitan dengan kesegaran seperti barang dagangan berupa sayur, daging, dan ikan.

Ketiga adalah konsumen dapat mengetahui adanya perubahan harga, bahkan konsumen juga dapat membandingkan harga antar penjual satu dengan penjual yang lainnya sehingga konsumen akan mendapatkan barang dengan harga yang sesuai dengan keinginannya. Disisi kelebihan pasti terdapat sisi kekurangan pasar tradisional adalah terkait dengan tempat yang cenderung kumuh dan kotor.

4. Konsep Kemandirian

Menurut Mukeri (2012) kemandirian adalah satu sikap yang mengutamakan kemampuan diri sendiri dalam mengatasi berbagai masalah demi mencapai satu tujuan, tanpa menutup diri terhadap berbagai kemungkinan kerjasama yang saling menguntungkan. Konsep kemandirian mencakup pengertian kecukupan diri (self-sufficiency) di bidang ekonomi, tetapi juga meliputi faktor manusia secara pribadi, yang di dalamnya mengandung unsur penemuan diri (self-discovery) berdasarkan kepercayaan diri (self-confidence). Dikatakan sebagai seseorang yang mempunyai kepribadian mandiri adalah seseorang yang menjalani kehidupannya dan dalam mendapatkan penghasilan tidak bergantung pada bantuan

pihak lain. Pihak lain yang dimaksudkan adalah petunjuk, sumbangan, perintah, dan himbauan, tetapi seseorang yang mandiri lebih bergantung pada kekuatan sendiri. Adanya pihak lain atau lembaga lain diempatkan sebagai mitra bisnis yang sama-sama memberi keuntungan (Faizal, 2014). Dapat diartikan bahwa kemandirian adalah kepribadian seseorang yang dalam kehidupannya tidak bergantung pada pihak lain, tetapi bergantung pada dirinya sendiri. Pihak lain dalam kehidupannya hanya berperan sebagai perantara dalam membantu kelancaran sebuah usaha. Bisa dikatakan mandiri jika seseorang juga dapat mengatur kehidupannya sendiri tanpa adanya campur tangan dari pihak lain.

Pemerintah Indonesia juga menyatakan pentingnya kemandirian ekonomi bagi masyarakat Indonesia mengingat saat ini Indonesia mengalami gejolak dan perlambatan perekonomian global. Sekretaris Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Susiwijono tahun 2018 dalam acara Rembuk Nasional Gerakan Indonesia Mandiri (<https://ekon.go.id/berita/view/kemandirian-ekonomi-untuk.4309.html>) menyatakan bahwa Era kini pemerintah dan masyarakat berkolaborasi untuk memperkuat perekonomian dengan menciptakan masyarakat yang

mandiri secara ekonomi. Secara mental dan pola pikir masyarakat harus berubah, berawal dari pola pikir yang sederhana yaitu pemenuhan kebutuhan menjadi pola pikir yang memiliki jiwa wirausaha. Pendapat ini tentu mengindikasikan bahwa kemandirian sangat diperlukan di era modern yang sangat cepat perubahannya.

Desmita (2009) menyatakan bahwa kemandirian mengandung beberapa pengertian, yaitu:

- a) Kondisi dimana seseorang memiliki hasrat bersaing untuk maju demi kebaikan dirinya sendiri
- b) Mampu mengambil keputusan dan inisiatif untuk mengatasi masalah yang dihadapi
- c) Memiliki kepercayaan diri dan melaksanakan tugas-tugasnya
- d) Bertanggung jawab atas apa yang dilakukan.

5. Lama Usaha

Menurut Damariyah dalam Apriyani (2018) lama usaha adalah rentang waktu yang dihabiskan pedagang dalam berkarya melalui usaha perdagangan yang diajalannya. Lama usaha yang dijalani mempengaruhi dari segi pendapatan dan lama usaha yang dijalani dapat

mempengaruhi produktivitas seseorang. Semakin lama usaha yang dijalani maka kemampuan dan keahliannya dapat mempengaruhi tingkat efisiensi dan kemampuan menekan biaya produksi dari hasil penjualan. Romauli (2016) juga menyatakan bahwa lama usaha juga mempengaruhi keterampilan berdagang yang dapat menambah relasi usaha atau pelanggan. Selaras dengan pemaparan Made (2016) memaparkan bahwa lama usaha juga berdampak pada pelanggan, pengaruh positif yang diperoleh pedagang adalah semakin lama suatu usaha berjalan atau beroperasi maka pelanggan yang dimiliki juga bertambah. Sehingga pedagang memperoleh pendapatan yang lebih dari waktu ke waktu dan meningkatkan efisiensi usaha yang dimiliki.

Lama usaha juga berpengaruh secara positif terhadap tingkat keuntungan, karena semakin lama usaha yang dijalankan maka akan semakin berpengalaman juga dalam menjalankan usahanya. Pengalaman merupakan proses pembentukan pengetahuan yang menghasilkan keterampilan dalam keterlibatan pelaksanaan tugas pekerjaan. Pengalaman juga mempengaruhi tingkat pemahaman yang lebih dalam melakukan suatu pekerjaan. Keunggulan pengalaman akan membuat seseorang dapat

mempengaruhi pelaksanaan tugas karena adanya pengembangan keahlian dan akan menghasilkan kinerja yang lebih baik. Kahmir dalam Apriyani (2018) menambahkan dengan menyatakan bahwa pengalaman seseorang adalah pedoman agar meminimalisir kesalahan dalam menjalankan usaha yang terkait dengan pemahaman kondisi pasar.

Dapat disimpulkan bahwa lama usaha dalam berdagang maka semakin lama berdagang maka semakin berpengalaman dan meningkatkan kematangan serta kemahiran dalam berdagang, banyaknya pengalaman pedagang akan semakin memperluas wawasannya, dengan demikian lama usaha juga akan meningkatkan daya serap terhadap pengalaman-pengalaman yang baru yang dapat dijadikan pedoman dalam berdagang. Lama usaha secara tidak langsung akan meningkatkan wawasan dan keterampilan pedagang, semakin lama dan semakin insentif lama usaha akan semakin besar pula peningkatan yang di dapat, hal tersebut yang memungkinkan pedagang menghasilkan barang dan jasa yang semakin lama semakin banyak, beragam dan bermutu.

6. Laba Usaha

Salah satu indikator kinerja sebuah usaha adalah laba, karena tujuan utama sebuah usaha dalam kegiatan operasional adalah memaksimalkan laba. Laba berkaitan dengan pendapatan yang diperoleh dalam satu periode dan beban yang berkaitan dengan pendapatan usaha. Menurut Sahputra (2017) menyatakan bahwa laba atau laba bersih mengindikasikan profitabilitas perusahaan. Laba mencerminkan pengembalian pada pemilik ekuitas dalam periode yang bersangkutan, sementara pos-pos dalam di laporan keuangan merinci bagaimana laba didapat. Secara teori, laba terdiri atas empat elemen yaitu pendapatan, beban, keuntungan, dan kerugian. Menurut penjelasannya elemen-elemen dari laba, sebagai berikut:

- a) Pendapatan (revenue) adalah peningkatan lain atau arus masuk dari aktiva yang terdapat pada laporan keuangan atau pelunasan suatu kewajiban atau keduanya dari produksi suatu barang, aktivitas jasa, atau aktivitas lain yang menjadi bagian dari usaha utama yang sedang dilakukan sesuai dengan anggaran yang ditentukan dan tercatat di laporan keuangan.

- b) Beban (expense) adalah penggunaan lain atau arus keluar dari aktiva atau timbulnya kewajiban atau keduanya dari produksi suatu barang, aktivitas jasa, atau pelaksanaan aktivitas lain yang menjadi bagian usaha utama yang sedang dilakukan sesuai dengan anggaran yang ditentukan dan tercatat di laporan keuangan.
- c) Keuntungan (gain) adalah kondisi meningkatnya aktiva bersih dari transaksi sampingan atau transaksi yang terjadi sesekali dari suatu anggaran yang tercatat di laporan keuangan dan dari semua transaksi, kejadian, dan kondisi lainnya yang mempengaruhi anggaran dari laporan keuangan, kecuali yang berasal dari pendapatan atau investasi dari pemilik usaha.
- d) Kerugian (loss) adalah kondisi dimana turunnya aktiva bersih dari transaksi sampingan atau transaksi yang terjadi sesekali dari suatu anggaran yang ada di laporan keuangan dan dari semua transaksi, kejadian, dan kondisi lainnya yang mempengaruhi anggaran dari laporan keuangan, kecuali yang berasal dari pendapatan atau investasi dari pemilik usaha.

7. Omzet Usaha

Pendapatan kotor atau omzet usaha adalah jumlah dari seluruh penjualan kotor dari barang atau jasa yang dihitung menggunakan satuan uang dalam periode tertentu (yang dapat dihitung dengan sistem harian, mingguan, bulanan atau tahunan). Menurut Rahayu (2018) menyatakan bahwa omzet usaha adalah rata-rata pendapatan debitor dan partner usaha (dalam kerja sama usaha) yang diperoleh dari total pendapatan usaha yang dijalankan yang diukur dengan satuan rupiah. Omzet usaha yang tinggi dapat mempengaruhi atau meningkatkan kinerja dalam mengembangkan sebuah usaha. Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi omzet yang diperoleh maka menunjukkan kapabilitas atau keterampilan dalam mengelola suatu usaha sehingga kemampuan untuk membayar kewajiban atau pembiayaan akan meningkat.

8. Aset Usaha

Sari (2016) menyatakan bahwa aktiva atau aset merupakan manfaat ekonomis yang dimiliki perusahaan atas perolehan dari suatu transaksi atau suatu kejadian. Aset juga dapat diartikan sebagai uang tunai, barang

dagangan, gedung, tanah, peralatan atau barang berharga sejenis yang dimiliki oleh perusahaan. Dari definisi tersebut maka dapat disimpulkan bahwa aset adalah segala sesuatu bernilai berharga atau sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan yang memiliki nilai ekonomis untuk perusahaan di masa depan. Aset memiliki dua kategori, uraiannya sebagai berikut:

- a) Aset Berwujud (Fixed Asets), aset berwujud merupakan aset yang diperoleh dalam bentuk siap pakai atau dengan dibangun terlebih dahulu, yang digunakan untuk operasi perusahaan, dalam kegiatan normal perusahaan tidak dimaksudkan untuk dan mempunyai masa manfaat lebih dari satu tahun. Kesuksesan atau keberhasilan suatu usaha dinilai dari kemampuan perusahaan tersebut menggunakan aset berwujud yang dimiliki. Aset berwujud memiliki beberapa karakteristik yaitudiperoleh dengan tujuan digunakan dalam operasi perusahaan yang tidak untuk dijual, memiliki bentuk secara fisik, bersifat jangka panjang dan biasanya dapat didepresiasi.
- b) Aset Tak Berwujud (Intangible Asets) yaitu aset yang tidak memiliki bentuk secara fisik yang

dimiliki yang tidak memiliki daya guna dalam kegiatan produksi yang disewakan oleh pihak lain atau sebagai kepentingan administratif usaha. Aset tak berwujud berperan sebagai maksimalisasi keuntungan usaha. Aset tak berwujud ini dapat diidentifikasi dan dapat menjadi nilai ekonomis jika dijual dan perusahaan dapat mendapatkan manfaat ekonomis di masa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdinur, M. A., & Ondes, T. (2022). The Impact of Islamic Financing on the Small Medium Enterprises (SME's) Performance in Lasanod Somalia. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, 12(1), 15–27. <https://doi.org/10.6007/ijarafms/v12-i1/11813>
- Aderemi, A. M. R., & Ishak, M. S. I. (2020). Crowdfunding as an Alternative Mode of Financing for Micro and Small Enterprises: A Proposed Qard-al-Hasan Contract. *International Journal of Islamic Economics and Finance (IJIEF)*, 3(3), 95–118. <https://doi.org/10.18196/ijief.3235>
- Faturrahman, M. (2022). Path Analysis Between Job Satisfaction And Loyalty With Work Environment And Culture As Explanatory Variables. *Jurnal Pustek.Org*, 1(1), 36–43. <http://jurnalpustek.org/index.php/sdmo/article/view/11>
- Hanini, M. W., Iriqat, I. S., & Bawab, I. H. (2021). Evaluating the Role of Islamic Banks in Financing Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) In Palestine. *Indian Journal of Economics and Business*, 20(3), 1003–1029. <http://www.ashwinanokha.com/IJEB.php>

- Hardianti, V. (2022). Restructuring Policy for Problematic Murabahah Financing for Msme Customers Due To the 2019 Coronavirus Disease (Covid-19) Pandemic. *Cashflow: Current Advanced Research on Sharia Finance and Economic Worldwide*, 1(4), 21–28. <https://doi.org/10.55047/cashflow.v1i4.241>
- Ibrahim, Mansor H., and Rizvi, S. A. R. (2017). Bank Lending, Deposit and Risk-Taking In Times Of Crisis: A Panel Analisis Of Islamic and Conventional Banks. *Emamar* 540, 1–45. <http://dx.doi.org/10.1016/j.clin dermatol.2016.02.023>
- Kosmaryati, K., Handayani, C. A., Isfahani, R. N., & Widodo, E. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kriminalitas di Indonesia Tahun 2011-2016 dengan Regresi Data Panel. *Indonesian Journal of Applied Statistics*, 2(1), 10–20. <https://doi.org/10.13057/ijas.v2i1.27932>
- Miah, M. D., & Suzuki, Y. (2020). Murabaha syndrome of Islamic banks: a paradox or product of the system? *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 11(7), 1363–1378. <https://doi.org/10.1108/JIABR-05-2018-0067>
- Pratiwi, A. (2016). Islamic banking contribution in sustainable socioeconomic development in Indonesia: An epistemological approach. *Humanomics*, 32(2), 98–120. <https://doi.org/10.1108/H-12-2015-008>

Rabbani, M. R., Ali, M. A. M., Rahiman, H. U., Atif, M., Zulfikar, Z., & Naseem, Y. (2021). The response of islamic financial service to the covid-19 pandemic: The open social innovation of the financial system. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(1).
<https://doi.org/10.3390/JOITMC7010085>

Thaker, M. A. B. M. T., Thaker, H. B. M. T., Pitchay, A. B. A., Amin, M. F. Bin, & Khaliq, A. Bin. (2020). Leveraging Islamic Banking and Finance for Small Businesses: Exploring the Conceptual and Practical Dimensions. *Adbi Working Paper*, 1156, 1-24.

Ubaydillah, Abdul Haris and Rahayu, Y. S. (2022). The Effect Of Margin, Service QUality and Collateral On Murabahan Financing Of Small and Medium Enterprises. *Proceeding Icones Faculty of Economics UIN Maulana Malik Ibrahim Malang*, 8, 173-180.

PROFIL PENULIS I



Dr. M. Syafii, S.E., S.Pd., M.Si. Lahir di Asahan pada tanggal 29 Desember 1965. Pendidikan S1 di Fakultas Ekonomi UISU tamat tahun 1990. Pada tahun 2009 melanjutkan pendidikan S2 di program Magister Sains (M.Si) di UNSYIAH Banda Aceh dan tamat pada tahun 2011.

Pada tahun 2018 telah menyelesaikan Program Doktor di Universitas Islam Negeri (UINSU) Medan. Kegiatan beliau sebagai dosen tetap S1;S2 dan S3 di FEB USU dan beberapa Universitas Lainnya. Sejak tahun 2021 sampai sekarang menjabat sebagai sekretaris prodi S3 (DIE) pada Ilmu Ekonomi USU. Buku yang pernah disusun Kesejahteraan dan Indikator Kunci Pembangunan (2021, Ekono Publik dan Terapannya Pada Masyarakat (2022) , Keuangan Publik (2022) dan Revolusi Industri 4.0 di Indonesia

PROFIL PENULIS II



Dr. Syech Suhaimi, S.E.,M.Si. Lahir di Samalanga Aceh Utara pada tanggal 8 Januari 1962. Beliau melanjutkan Pendidikan S1 pada jurusan Manajemen, Universitas Abulyatama dan lulus tahun 1990. Pada tahun 1997 melanjutkan pendidikan S2 di program Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan, Universitas Syah Kuala Banda Aceh dan lulus pada tahun 2000. Pada tahun 2011 telah menyelesaikan Program Doktor di Ilmu ekonomi, Universitas Syah Kuala dengan judul disertasi Pengaruh Konsentrasi Spesial Industry Manufacture Terhadap Pertumbuhan Industri di Sumatera Utara. Dari tahun 2021 Kegiatan beliau sebagai dosen tetap S1;S2 dan S3 di FEB USU dan beberapa Universitas Lainnya. beberapa mata kuliah yang sudah pernah diampu antara lain : ekonomi pembangunan, ekonomi regional dan pengantar ekonomi makro.

EVALUASI EFEKTIFITAS PEMBIAYAAN MURABAHAH

DALAM MENDUKUNG PERTUMBUHAN USAHA MIKRO
DAN KECIL: KASUS PADA LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH

Lembaga keuangan syariah merupakan lembaga keuangan yang difungsikan untuk penyalurnya kredit kepada masyarakat, dimana salah satu produknya, yaitu pembiayaan murabahah yang disalurkan belum mampu memberikan kemampuan lebih bagi usaha mikro dalam meningkatkan pengembangan usaha dalam upaya meningkatkan kesempatan kerja dan meningkatkan jumlah barang yang diproduksi untuk pencapaian pertumbuhan ekonomi yang tinggi. Hal ini dapat dilihat dari kondisi peningkatan penyaluran pembiayaan murabahah oleh lembaga keuangan syariah dengan jumlah usaha mikro yang semakin lama jumlahnya semakin menurun karena kurangnya modal untuk pengembangan usaha, dimana usaha yang ada habis untuk melakukan paya operasional. meskipun penyaluran jumlah dana pembiayaan murabahah oleh Lembaga Keuangan yang ada dalam kurun waktu Tahun 2018-2022 meningkat, tetapi belum mampu meningkatkan pengembangan usaha mikro, dimana jumlah usaha mikro selama lima tahun terakhir cenderung menurun jumlahnya, dimana hal ini disebabkan oleh penyalurnya pembiayaan ini belum dimanfaatkan dengan baik oleh usaha mikro, dimana usaha mikro masih terjebak dalam paradigma dalam upaya untuk menutupi biaya yang sudah keluar, bukan untuk memikirkan pengembangan usaha, sehingga uaya yang dilakukan lembaga keuangan syariah menjadi sia-sia, dimana hal ini dapat terlihat selama Tahun 2022 kontribusi usaha mikro terhadap PDB sangat rendah, yaitu 19,2% dari PDB yang diperoleh.



Penerbit
PT. Radja Intercontinental Publishing
Jl. Cempaka Putih, Sp. Tiga Blang Rayeuk,
Dsn. Angsana, Kota Lhokseumawe

www.radjapustaka.org
<https://radjapustaka.com>

ISBN 978-623-88895-8-7 (PDF)

